

PARAGUAY Y LA BÚSQUEDA DE NUEVAS NEGOCIACIONES EN TORNO A LAS EXPORTACIONES DE CARNE

Liz Carolina Yegros Cuevas¹
Cynthia Leonor Centurión Cáceres²

RESUMEN: El trabajo pretende analizar la participación de la República del Paraguay en sus negociaciones externas en el marco del comercio justo. Bien es sabido que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), es el principal promotor de nuestras exportaciones e importaciones, tema que esta fuera de toda discusión. Esto nos ayuda a buscar argumentos para la siguiente pregunta con respecto a las exportaciones de carne bovina a Ecuador en este año ¿Se podría definir con exactitud como un comercio justo? Dentro del trabajo se hará mención a las negociaciones internacionales en materia de las exportaciones de carne y sus desafíos para Paraguay. De igual modo se efectuara la evaluación del Ministerio de las Relaciones Exteriores delante del protagonismo económico del Paraguay.

PALABRAS CLAVES: Paraguay, Negociaciones, Ministerio de Relaciones Exteriores, Exportación de carne.

Introducción

Empecemos la exposición del trabajo con una afirmación de la condición positiva del trabajador que se demuestra en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 en su artículo 23 que señala que: “Todo trabajador tiene derecho a una remuneración justa y satisfactoria, que le asegure a él y a su familia una existencia conforme a la dignidad humana” (ÁVALOS, 2012, p. 37).

¿Del porque la propuesta del comercio Justo? Nasce por la necesidad de contar con una sociedad más equitativa menos asimétrica y más inclusiva. Se sabe que Paraguay es un país que más desigualdad abunda, en el caso de la propia distribución de tierra que es unos de los principales motivos de pobreza de pequeños productores, campesinos e indígenas, muchas veces estos últimos son que más sufren desalojos por parte de empresas. Estos son unos de los problemas que la República del Paraguay vive enfrentando. Por eso pensamos en el Comercio Justo como un nuevo camino que respete a pequeños productores y que garantice a largo plazo un comercio internacional sin trampas y que beneficie por igual, tanto quienes producen como aquellos que son receptores de los productos. En este caso estamos hablando de una comunicación y mayor interacción entre los dos agentes del mercado que son los: consumidores e productores.

Según el Embajador Luis Fernando Ávalos habla sobre “*El Comercio Justo como una Alternativa Válida para el Desarrollo del Paraguay*” (2012). Tema que resulta importante para comprender la realidad económica del Paraguay, en esta fase de negociaciones de exportaciones de carne. Por esta razón nuestra atención se basa en comprender ¿qué es un comercio justo? Y será que este nuevo modelo económico, es decir si esta nueva forma de comercio traería beneficios o solamente estamos hablando de un rotulo para ocultar la realidad.

Se describe un contexto histórico de la exportación de carne, viendo las ventajas y desventajas por la cual se va desarrollando. En la segunda parte se explyra que es un Comercio

¹ Licenciada en Relaciones Internacionales. Estudiante de Maestría en la Universidad Estadual del Oeste de Paraná (UNIOESTE). Email: liz.yeg@gmail.com

² Licenciada en Relaciones Internacionales por la Universidad Federal de la Integración Latino- Americana (UNILA). Email: leonordigo@gmail.com

Justo ya que no podemos interpretarlos como un modelo ideal- utópico. Porque el CJ tiene sus objetivos y principios que caminan hacia ciertas reformas para el mercado.

Es de notar, que la contribución de los autores en gran parte ayuda como base de esta investigación, que presentan un panorama general acerca de las percepciones del crecimiento en la producción

En cuanto a sus **antecedentes en América Latina**, es importante destacar la creación, en 1981, de una cooperativa de productores indígenas de Café, **la Unión de Cooperativas Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)**, en el Estado de Oaxaca, en México, a iniciativa del sacerdote obrero Holandés Francisco Van Der Hoff. El Padre Van Der Hoff es aún hoy, a sus 65 años, una de las personalidades más destacadas y reconocidas por su dedicación y perseverancia en la puesta en marcha y consolidación del Comercio Justo (ÁVALOS, 2012, p. 38)

Comercio Justo. Objetivos y principios

El concepto del comercio justo tiene su origen en el seno de las asociaciones no gubernamentales que lo denominan: “El Comercio Justo (CJ) como una asociación comercial fundado en el diálogo, la transparencia y el respeto, cuyo objetivo es el de llegar a obtener una mayor equidad en el comercio mundial” (ÁVALOS, 2012, p. 35).

Es así El comercio justo se justifica por la reincorporación de aquellos productores y trabajadores que se encuentran en una condición subordinada e marginada. De este modo el CJ, es una propuesta innovadora que visa garantizar los derechos de los productores y trabajadores. Donde exista una cierta interacción entre ambos, así los consumidores deberán apoyar a los productores. Queda explícito que los consumidores en conjunto con la organización del CJ deciden crear una nueva directriz, es decir una nueva regla que caminen hacia un comercio por igual y que favorezcan a todos.

En el origen de todo se encuentra pues la pobreza del pequeño productor, cuya condición, a corto o mediano plazo, no puede ser modificada. En efecto, el sistema económico actual –el neoliberalismo– antes de combatir la pobreza, la perenniza o en el peor de los casos contribuye a aumentarla. Desde este punto de vista, el Comercio Justo tiene por objetivo constituir empresas sociales y solidarias, en asociación con los consumidores conscientes y responsables, que escogen productos de mejor calidad. El credo del Comercio Justo sostiene pues que “aquellos que el mercado mundial excluye hoy día, pueden llegar a convertirse en los actores del mañana” (ÁVALOS, 2012, p. 35)

A partir de esta explicación, se demuestra de cómo se necesita trabajar por el comercio justo. El CJ tiene dos objetivos, la primera es a corto plazo; que busca colaborar con los trabajadores y pequeños productores. Posibilitando un precio justo para los productos y también protegiendo el medio ambiente. Sin embargo a largo plazo va buscar negociaciones internacionales que visan mayor equidad entre los agentes involucrados.

Explicemos los principios de comercio justo, correspondiendo el primero al **precio**

de venta integral que incluye todos los costos de productos, ya que es principalmente el agricultor o el artesano quien asume todos los costos del producto. La jornada de trabajo, la fuerza de trabajo y la depreciación de su desempeño, los instrumentos utilizados, los derechos aduaneros, entre otros factores. El segundo ya hace mención al Comercio Justo que consiste a una producción durable en el marco social, donde se ve que los **costos sociales del productor** (comida, costos de la vivienda, escuela de los hijos, salud, etc.

Por lo tanto el tercer principio del Comercio Justo busca integrar el “**costo medio ambiental**” a los costos de producción. Donde se trate de una producción respetuosa del medio natural, porque la riqueza o disputa no puede lograrse en perjuicio del medio ambiente. Así no se puede olvidar los aspectos de la agricultura: la defensa de la biodiversidad, el cuidado de las aguas y suelos, la disminución de las pesticidas y las propiedades químicas. El cuarto y último principio del Comercio Justo pretende establecer vínculos positivos entre el productor y el consumidor. Los productores y los consumidores serían la base para lograr romper con los trámites tradicionales que contábamos con un sistema más cerrado y competitivo.

Ya hablando de los otros actores del CJ (importadores, transformadores de productos y mayoristas), los mismos deben conformarse a ciertas condiciones particulares más abajo mencionadas, de manera que los productos puedan recibir la certificación de CJ:

- la reducción de los intermediarios en los procesos comerciales,
- la evaluación de un precio justo, generalmente más elevados que las cotizaciones de las bolsas
- El financiamiento de una parte de las mercaderías,
- una relación comercial estable y duradera,
- la protección del medio ambiente, y
- la protección del derecho de los trabajadores.

Análisis del comercio Justo (CJ). ¿Paraguay camina para este nuevo modelo económico?

Desde luego se puede entender el CJ, no solamente como una forma de comercio, va más allá de una cierta estabilidad económica. Por eso cuando hablamos de CJ debemos detenernos en pensar en sus principios fundamentales, en sus objetivos que es lograr una sociedad sin distinción que va contar con ciertos valores humanitarios, y cooperación-solidaridad que lo hace diferente de aquella economía dominante que estamos acostumbrados.

Así Torres y Gomes (2008), contribuyen con su concepto de una economía solidaria, que señala la importancia de cambios, ya sea en los procesos de producción, intercambio y comercialización local a internacional. Hablar del CJ hoy es adentrarnos a un modelo reciente y que aún necesita ser trabajo. Pero resulta vital tomar consciencia que seguir este principio económico sería equitativo si se llegará a practicar.

La embajadora Paraguaya en Ecuador, María Argaña menciona que Ecuador tiene gran interés en adquirir “Carne Paraguaya”. Asimismo el Presidente Horacio Cartes señaló la necesidad de incorporarse al mercado internacional a través de la exportación de carne. Por eso argumenta la embajadora que la carne Paraguaya es vista como la mejor del mundo ocupando así el quinto lugar como país exportador.

Cabe recordar que en mayo pasado, nuestro país exportó ganado vivo a Ecuador vía aérea (964 vaquillas y 41 toros). El envío de animales,

cuyo costo fue de 3 millones de dólares, tiene como objetivo mejorar la ganadería del país ecuatoriano. El 70 % las reses eran de la raza Brangus, el 20 % Bradford y el restante 10 % de las raza Braman y Nelore³.

Resulta que el Ministerio de Relaciones Exteriores tiene la función de proponer al presidente de la República la política exterior y de ese modo conducir las relaciones exteriores. Ejerciendo así la representación ante los demás estados.

La industria cárnica posee gran peso en la actividad económica del Paraguay. La producción de carne constituye el subsector más importante dentro del PIB industrial, con el 21,2% de participación en el año 2006, equivalente al 3% del Valor Agregado Bruto nacional. Desde el año 2004 las exportaciones de “Carne y Despojo Comestible” han presentado un gran incremento, siendo actualmente el cuarto rubro de mayor exportación nacional (10,9% de las exportaciones paraguayas en el año 2007).

En este rubro, la carne bovina constituye el producto de mayor ponderación en los envíos y ha presentado un incremento anual promedio de 31% durante el periodo 2004-2007. A pesar de los grandes avances logrados por el sector productor, tanto en lo referente a la organización del sector privado como del sector gubernamental regulador y a los avances en la adecuación a normas sanitarias nacionales, los resultados obtenidos por el sector exportador se encuentran muy expuestos a presiones competitivas de países de la región, principalmente Brasil. La industria de carne bovina nacional enfrenta el desafío de mantener la cuota de mercado en sus principales compradores, Rusia y Chile, incrementar su presencia en otros países a los que abastece, y al mismo tiempo, conquistar nuevos mercados. (Unidad Técnica de Estudios para la Industria – UTEPI, 2008)

Las carnes animales son un producto que, a diferencia de otros alimentos como los granos, ha mantenido en las últimas décadas un crecimiento mayor al crecimiento de la población mundial. (Brown 2010).

Respecto a la carne bovina, producción tradicional en los países de Mercosur, se nota una demanda a nivel mundial cada vez mayor, pero acompañado de un estancamiento de los stocks de ganado durante los últimos 3 años. La FAO ha estimado que la producción de ganado bovino se mantuvo casi invariable en alrededor de 65 millones de toneladas entre 2008 y 2011, aunque el comercio de la carne vacuna se ha incrementado en un 2%, hasta 7.7 millones de toneladas de carne en 2011, a partir del crecimiento de la demanda en países que enfrentan un alto crecimiento económico y/o una caída de la producción (FAO 2011).

La mayor demanda de proteína animal se traduce en una importante oportunidad para los países exportadores de carne. En este sentido, los países de Mercosur se ven beneficiados por una coyuntura donde sus principales competidores mantienen un nivel de producción estable o con tendencia a la baja. Los países de Mercosur tienen todavía una gran posibilidad para aumentar su productividad, mejorar sus exportaciones de productos cárnicos y, por ende, ampliar sus beneficios económicos.

Según el Banco Mundial la economía paraguaya es pequeña y abierta, con un crecimiento volátil, altamente dependiente de la producción agropecuaria y el comercio exterior, en particular de la soja y **la carne vacuna que representaron cerca del 40% de las exportaciones en 2014** (...) Para responder a los desafíos económicos y sociales el Gobierno

³ **Ahora Ecuador va por carne paraguaya procesada.** Disponible en: <http://www.hoy.com.py/nacionales/ahora-ecuador-va-por-carne-paraguaya-procesada>. Acceso en: 20 de Julio de 2015

del Paraguay ha elaborado el primer Plan Nacional de Desarrollo (PND) para el período 2014-30. (...)El Plan Nacional de Desarrollo está organizado en torno a tres pilares temáticos: i) reducción de la pobreza y desarrollo social; ii) crecimiento económico inclusivo, e **iii) inserción del Paraguay en los mercados internacionales.**

Paraguay logró este año recuperar el liderazgo en el mercado chileno de carne bovina luego de tres años en los cuales Brasil aprovechó la aparición de un brote de aftosa en la nación guaraní para posicionarse como el principal proveedor de la plaza trasandina. Tal como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 14												
Chile. Importaciones de carne de bovino por origen												
Destino	Cantidad (toneladas)				Valor (miles de USD CIF)					USD/toneladas		
	2014	Enero - marzo			2014	Enero - marzo				Enero - marzo		
		2014	2015	Var. 15/14 (%)		2014	2015	Var. 15/14 (%)	Part. 2015 (%)	2014	2015	Var. 15/14 (%)
Paraguay	46.231	8.956	12.717	42,0	262.354	51.160	69.444	35,7	37,0	5.712	5.461	-4
Brasil	52.326	14.513	11.745	-19,1	285.451	77.797	60.253	-22,6	32,1	5.361	5.130	-4
Argentina	30.417	5.992	6.775	13,1	174.622	35.003	36.837	5,2	19,6	5.842	5.437	-7
Estados Unidos	9.154	2.030	1.647	-18,9	63.084	13.968	13.585	-2,7	7,2	6.881	8.248	20
Uruguay	6.261	1.499	1.380	-7,9	34.576	8.833	7.275	-17,6	3,9	5.893	5.272	-11
Canadá	27	0	17		54	2	225	11150	0,1	0	13.235	
México	141	0	0		889	0	0		0,0	0	0	
Australia	3.061	542	0		19.016	3.349	0		0,0	6.179	0	-100
SUBTOTAL	147.618	33.532	34.281	2,2	840.046	190.112	187.619	-1,3	100,0	5.670	5.473	-3
OTROS PAÍSES	1	0	0		1	0	0		0,0	0	0	
TOTAL	147.619	33.532	34.281	2,2	840.047	190.112	187.619	-1,3	100,0	5.670	5.473	-3

Fuente: elaborado por Odepa con información del Servicio Nacional de Aduanas.
Nota: cifras sujetas a actualizaciones.

Observamos que Paraguay ocupó el primer lugar por toneladas de carne exportadas a Chile el año pasado, y de lo que va de enero a marzo de este año supero la cantidad de carne exportada a Chile en comparación a año pasado, con un total de 12.717 toneladas.

En los primeros tres meses de 2015 Paraguay colocó 12.717 toneladas de cortes vacunos por un valor CIF de 69,4 millones de dólares, mientras que Brasil, en el mismo período, exportó 11.745 toneladas por 60,2 millones de dólares. En los siguientes lugares del ranking de abastecedores, según datos publicados por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), se encuentran en enero-marzo de este año Argentina, EE.UU. y Uruguay con 6775, 1647 y 1380 toneladas respectivamente⁴.

Este mes [abril de 2015] las autoridades de la Unión Europea (UE-28) habilitaron el ingreso de carne bovina paraguaya al mercado comunitario (que había sido suspendida en septiembre de 2011 debido a la aparición de un foco de aftosa).

⁴ Valorsoja.com: Disponible em: <http://www.valorsoja.com/2015/04/30/golazo-guarani-paraguay-exporta-carne-bovina-a-chile-a-un-valor-superior-al-de-argentina/#.VeTFZvmqqkp> Accesado em: 20 de Júlio de 2015.

CONCLUSIÓN

La propuesta del Comercio Justo como una alternativa o como un modelo de abertura económica en América Latina. La ideología de que a través de la práctica del Comercio Justo, otra sociedad es posible. Así vimos de como el CJ, quiere cooperar con zonas desfavorecidas, es decir grupos que hasta hoy han sido excluidos.

En este sentido es bueno porque da espacio y oportunidad para el bienestar social que debería ser el objetivo de cualquier negocio-comercio, ya sea las interacciones y encuentro entre sectores de pequeños y grandes productores. Por eso se demostró que el CJ aspira a tres objetivos que son: en el ámbito económico, social y ambiental.

Según el Observatorio de Economía Internacional la emergencia del Paraguay como uno de los principales países en la exportación de carne es un trabajo de constancia y superación del sector privado paraguayo relacionado a la ganadería. Este sector ha sabido traducir las mejoras tecnológicas en su producción y en su comercialización en mayores ventas en el exterior. La difícil penetración de los mercados externos ha sido conseguida a partir de estrategias competitivas del sector privado, que se han construido en el largo plazo. Actualmente, el desafío de la cadena cárnica en el país es aprovechar las oportunidades de expansión en un contexto favorable a los países exportadores de carne, teniendo en cuenta la baja capacidad para aumentar la cantidad de cabezas de ganado en un corto lapso de tiempo. (ARCE, 2012, pág. 9- 10)

Los obstáculos para el comercio derivados del último brote de aftosa son una nueva prueba para el Paraguay, que ha demostrado cierta celeridad en la resolución, pero también ha quedado desnuda la fragilidad del sistema sanitario y ha dañado, en parte, la pujante imagen que traslado la consecución del certificado de País libre de aftosa. No obstante, esta cadena es uno de los ejemplos más representativos para mostrar como un sector productivo del Paraguay puede competir exitosamente en los mercados internacionales en base a esfuerzo consistente, innovación, y un horizonte de mediano-largo plazo.

REFERENCIAS

ARCE, Lucas. **La industria cárnica en Paraguay**. Observatorio de Economía Internacional OBEI, enero de 2012.

ÁVALOS, Fernando. **Comercio Justo. Una alternativa válida para el Desarrollo del Paraguay**. “Un comercio nuevo para un desarrollo durable”, Revista Diplomática. Academia diplomática y consular. Carlos Antonio López. Ministerio de Relaciones Exterior, año 1, n2, 2012, p.33- 42.

Ahora Ecuador va por carne paraguaya procesada. **Disponible en:**
<http://www.hoy.com.py/nacionales/ahora-ecuador-va-por-carne-paraguaya-procesada>. **Acceso en: 20 de julio de 2015**

Banco Mundial. **Paraguay, panorama general**. Disponible en:
<http://www.bancomundial.org/es/country/paraguay/overview> Accesado en: abril de 2015.

Base Investigaciones Sociales. **¿Comercio justo?**: Asunción, 2005. Disponible en:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Paraguay/base-is/20120917054427/comercio.pdf>

>Acceso en: 15 de agosto del 2015.

Brown, Richard. 2010. «**Long Term trends in World Meat Trade 2010-2015-2020**»

Estación A – Núcleo Cultural. Articulación y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria en América Latina. Sistematización de una experiencia. Aragua, 2008. In: **La promoción de la economía solidaria y del comercio justo en Paraguay**, p. 35-40. Disponible en: <<http://estacion-a.org.py/wp-content/uploads/2013/03/sistematizacion.pdf>>. Acceso en: 10 de agosto del 2015.

FAO. 2011. 116 Food Outlook. **Global Market Analysis**. Roma, Italia: FAO.

TORRES, Arturo; GOMES, Rosemary. **Comercio Justo y solidario en América Latina**. España, 2008.

Unidad Técnica de Estudios para la Industria – UTEPI, **Industria de la carne bovina**, 2008